

Dietfried Globocnik

# **Front End Decision Making**

Das Entstehen hochgradig neuer  
Innovationsvorhaben in Unternehmen

Mit einem Geleitwort von  
Prof. Dr. Stefan Vorbach und Prof. Dr. Søren Salomo



**RESEARCH**

<b>3.3</b>	<b>Der Front End Innovationsprozess</b> .....	<b>40</b>
3.3.1	Systematisierungen des FEIP .....	41
3.3.1.1	Fuzzy Front End nach Cooper .....	41
3.3.1.2	Holistic Front End Model nach Khurana/Rosenthal .....	43
3.3.1.3	New Concept Development Model nach Koen et al. ....	45
3.3.2	Eigenschaften des FEIP .....	47
3.3.3	Erweitertes deskriptives FEIP Modell .....	50
<b>3.4</b>	<b>Das Innovationssystem</b> .....	<b>53</b>
3.4.1	Organisation von Innovation .....	53
3.4.2	Innovationsorientierte Unternehmenskultur .....	61
3.4.3	Innovation und Strategie .....	67
<b>3.5</b>	<b>Synopse der Erkenntnisse der IM- Erfolgsfaktorenforschung</b> .....	<b>69</b>
<b>4</b>	<b>Konzeptioneller Bezugsrahmen</b> .....	<b>71</b>
<b>4.1</b>	<b>Theorieeinheiten</b> .....	<b>72</b>
4.1.1	Facetten des Phänomens Initiative .....	72
4.1.1.1	Merkmale der Initiative nach Hauschildt .....	72
4.1.1.2	Initiative als Persönlichkeitsmerkmal .....	74
4.1.1.3	Initiative als Verhalten .....	77
4.1.2	Radikale Opportunity – inhaltliche Merkmale der Initiative .....	87
4.1.3	Personenbezogene Merkmale der Initiative – der Initiator .....	93
4.1.3.1	Personenmerkmale des Initiators .....	94
4.1.3.2	Persönlichkeitsmerkmale des Initiators .....	105
4.1.3.3	Motivationstheoretische Merkmale des Initiators .....	107
4.1.3.4	Kognitive Aspekte des Initiators .....	121
4.1.3.5	Die Intention zur Initiative .....	129
4.1.4	Arbeitsumfeldbezogene Merkmale der Initiative .....	130
4.1.4.1	Autonomie .....	131
4.1.4.2	Formalisierung .....	136
4.1.4.3	Organisationsweite Kommunikation der Innovativität .....	139
4.1.4.4	Sanktionierung .....	146
4.1.4.5	Managementunterstützung .....	152
4.1.5	Synopse zum FEDM Input-Output Modell der Initiativentscheidung .....	156
<b>4.2</b>	<b>Front End Decision Making- Framework</b> .....	<b>160</b>
4.2.1	Theoretische Bezugspunkte .....	160
4.2.1.1	Konzepte zur Entstehung von Initiativen für Innovationen .....	160
4.2.1.2	Intentionsbasierte Modellansätze von Ajzen und Shapero .....	170
4.2.1.3	Social Cognitive Theory .....	177
4.2.1.4	Theorien zur Entscheidung unter Unsicherheit und Risiko .....	191
4.2.1.5	Gegenüberstellung der Erklärungsansätze .....	209
4.2.2	Hypothesen zu den Interrelationen im FEDM- Framework .....	215
4.2.2.1	Einfluss der Personenmerkmale .....	215
4.2.2.2	Einfluss der Persönlichkeitsmerkmale .....	221
4.2.2.3	Einfluss der motivationstheoretischen Merkmale .....	224
4.2.2.4	Einfluss der individuellen Kognition .....	231
4.2.2.5	Einfluss des Arbeitsumfelds .....	234
4.2.3	Das FEDM- Framework .....	247

<b>5 Empirische Untersuchung</b> .....	<b>249</b>
<b>5.1 Methodische Konzeption der empirischen Studie</b> .....	<b>249</b>
5.1.1 Untersuchungsdesign und -ablauf .....	249
5.1.2 Operationalisierung .....	252
5.1.2.1 Operationalisierung der Treatments .....	253
5.1.2.2 Ausgangspunkte der Konstruktmessung .....	254
5.1.2.3 Operationalisierung der Variablen .....	258
5.1.3 Analyseverfahren .....	271
5.1.3.1 Verfahren zur Analyse der Manipulationen .....	271
5.1.3.2 Analyseinstrument Strukturgleichungsmodell .....	272
5.1.3.3 Analyse reflektiver Messmodelle .....	278
5.1.3.4 Analyse formativer Messmodelle .....	289
5.1.3.5 Analyse des Strukturmodells .....	292
<b>5.2 Ergebnisse</b> .....	<b>294</b>
5.2.1 Deskriptive Statistik .....	294
5.2.2 Ergebnisse der Manipulationsüberprüfung .....	295
5.2.3 Ergebnisse der Analyse der Messmodelle .....	297
5.2.4 Ergebnisse der Analyse des Strukturmodells .....	309
5.2.5 Ergebnisse der Analyse eines detaillierten Modellausschnitts .....	316
<b>6 Implikationen</b> .....	<b>323</b>
6.1 Implikationen für die Forschung .....	323
6.2 Implikationen für die Praxis .....	327
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>333</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>365</b>
<b>A. Treatments zu Arbeitsumfeld</b> .....	<b>365</b>
<b>B. Opportunity- Treatment</b> .....	<b>366</b>
<b>C. Ergebnisse der statistischen Überprüfung der Messmodelle</b> .....	<b>369</b>